

ЮФЕРЕВА А. С.

## **МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И НОВЫЕ ВЫЗОВЫ**

В статье рассматривается, как изменялось понимание медиаконвергенции в области массовой коммуникации и как данный феномен находит свое отражение в области журналистики. Доказывается, что медиаконвергенция спровоцировала трансформации в российских редакциях СМИ, привела к формированию новых компетенций журналистов и появлению новых медийных жанров.

**Ключевые слова:** медиаконвергенция, массовая коммуникация, конвергентная редакция, универсальный журналист

Yufereva A. S.

### **Mass communication and media convergence: trends and new challenges**

This article studies the transformation of an understanding of media convergence in the sphere of mass communication. The author analyzes how this phenomenon affects journalism. In particular media convergence alters organizational structures in Russian mass media, professional competences of journalists etc.

**Keywords:** media convergence, mass communication, news room, multiskilling journalist.

На протяжении последних десятилетий в журналистике продолжают наблюдаться существенные изменения, которые не только сказались на трансформации внутренней организации СМИ, но и предъявили к деятельности журналистов новые требования. Одним из главных факторов, который привел к необратимым последствиям в данной профессии, допустимо считать медиаконвергенцию (от лат. convergo – сближаюсь, схожусь). Данный феномен, став следствием информационно-технологической революции второй половины двадцатого столетия, имеет относительно недолгую историю существования. Вместе с тем в академической литературе зафиксировано достаточно большое количество определений этого понятия, которые относятся к различным измерениям – технологическому, экономическому, культурному и многим др. В этой связи считаем целесообразным остановиться на осмыслении наиболее важных для теории массовой коммуникации представлениях зарубежных и отечественных ученых, в которых всесторонне анализируются разнообразные грани медиаконвергенции.

Первым, кто в середине двадцатого века предвидел эволюцию медиа в результате внедрения электронных средств связи в общественную жизнь, стал канадский социолог М. Маклюэн. Находясь под впечатлением от растущей популярности радио и телевидения, теоретик выдвинул предположение о том, что в будущем власть данных технологий будет настолько тотальной и повсеместной, что они беспрепятственно завладеют нашим сознанием и миром в

целом. В результате – появится уникальная возможность создавать повсюду центры и переводить вещи в любой формат (примечательно, что сегодня данное явление мы именуем таким концептом как «дигитализация»). Для описания подобных трансформаций во всех областях жизненного уклада М. Маклюэн оперирует понятием «имплозия», что означает сближение в одном пространстве различных областей, их перетекание друг в друга, которое ведет к сжиманию нашей планеты до размеров «глобальной деревни» [2]. Примечательно, что изложенная дефиниция в определенной степени схожа с определением слова «медиаконвергенция», которое также имеет отношение к явлениям сближения и интеграции.

Американский специалист в области массовых коммуникаций Г. Дженкинс пишет о том, что, говоря о конвергенции, стоит разграничивать, по меньшей мере, пять значений. Первый вид – технологический – означает «оцифровку» содержания, производимого средствами массовой информации. Далее следует экономическая конвергенция, под которой понимается слияние различных сфер в индустрии развлечений (кино, телевидения, видеоигр, книг). Третий вид конвергенции Г. Дженкинс называет социальной конвергенцией, которая касается формирования у потребителей информации «многозадачных стратегий» (*consumer's multitasking strategies*), возникающих в связи с одновременностью совершения нескольких действий: просмотр телевизора, проверка электронной почты и т. д. Предпоследний вид – культурная конвергенция, которая появляется в момент взрыва (*explosive*) новых форм творчества в момент пересечения технологий различных СМИ, отраслей и потребителей. Глобальная конвергенция – пятый вид – имеет дело с культурной гибридизацией, которая является результатом международной циркуляции медиаконтента (текстов, музыки, видео) [3].

Следующий подход, способный расширить границы понимания медиаконвергенции, принадлежит отечественному профессору Е. Л. Вартаковой. В статье «К чему ведет конвергенция СМИ?» [1] исследователь отмечает, что мыслиться этот процесс должен с учетом нескольких уровней. Во-первых, конвергенция – это слияние технологий. Речь идет о том, что в основе технологической составляющей конвергенции медиа лежит принцип «дигитализации», который обозначает перевод контента СМИ текстового, графического, звукового – в цифровой формат. Второе значение имеет отношение к слиянию различных и разобщенных медиа, передаче функций одних периодических изданий другим, возможности получать одинаковые медиапродукты посредством разных каналов, платформ. В-третьих, конвергенция – это слияние рынков в один общий, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, сетевое обслуживание, программное обеспечение.

Выше обозначенные представления позволяют раскрыть разнообразные измерения медиаконвергенции, выявить специфические особенности данного процесса и определить его взаимосвязь с происходящими в журналистике трансформациями. В частности, стоит констатировать факт превращения традиционных средств массовой информации в средства массовой коммуника-

ции (или конвергентные субъекты рынка). Подобная перестройка влечет за собой изменение принципов планирования и продвижения материалов; изменение цикла производства материалов, их публикации и многое др. В итоге, основная цель функционирования конвергентных редакций сводится к созданию медиапродукта для нескольких каналов коммуникации одновременно и управлению этим информационным потоком из единого центра. Именно в такой среде достигается максимальная синергия всех СМИ, которую можно понимать как: объединение в составе редакций нескольких типов СМИ (газета, интернет-портал, радиостанция и т. д.); слияние ранее разобщенных медиа, которые размывают границы между различными технологическими устройствами. В результате становится сложно понять, о каком именно медиа идет речь (радио в Интернете, трансляция телевизионного канала на портативном компьютере и т. д.). Таким образом, конвергентную редакцию стоит трактовать как производственно-творческую структуру, функционирующую в медиaproстранстве и производящую на базе новых информационных технологий медиапродукт для нескольких видов СМИ (печать, радио, телевидение, Интернет).

Функционирование новых СМИ в обозначенной среде порождает определенные требования к профессиональным качествам работников изданий, в частности, журналистов, которые должны быть готовы к эффективной деятельности в конвергентных редакциях. Отсюда – формирование портрета «универсального журналиста». Примечательно, что данный термин впервые использовал известный британский журналист Д. Рэндалл, который в своей одноименной книге рассуждал о принципах журналистской работы, которые не потеряли актуальность в настоящее время. Представление автора о журналисте сводилось к определенному набору навыков, умений, уровню профессионализма. Привязанность к одной или нескольким специализациям (печать, радио, телевидение) автоматически означала, что человек должен следовать определенной модели поведения. Это, прежде всего, выполнение культурных, этических, морально-нравственных норм при осуществлении работы с информацией, источниками данных и выполнении своего профессионального долга в целом [3].

Сегодня понятие «универсальный журналист» воспринимается шире с учетом всех происходящих изменений в общественной жизни. Ключевое отличие универсального (или конвергентного) журналиста от традиционного состоит в следующем. Во-первых, речь идет об обладании специальными знаниями о том, как задать оптимальный для конкретной новости формат, как грамотно использовать техническое оснащение при осуществлении творческого процесса и т. д. Формирование этой идеи ставит перед образовательным процессом новые цели и задачи, отражающие специфику организационной и содержательной работы журналиста. Образовательные концепты, о которых пойдет речь далее, были утверждены Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (ФГОС ВПО). Согласно программе подготовки бакалавров по направлению «Журналистика», специалист должен уметь решать различные задачи, возникающие в медийной среде.

Помимо выбора актуальной темы для публикации, сбора, селекции и анализа материала, он обязан обладать знаниями и инструментальными навыками, позволяющими ему создавать материал с использованием знаковых систем (фото-, аудио-, видео-, графической, вербальной), в разных форматах, жанрах; также сюда входит умение продвигать медиапродукт на информационном рынке на базе современных технологий и с использованием различных каналов посредством печати, радио, телевидения, интернета и мобильных СМИ. Профессиональные компетенции включают в себя (помимо традиционных общегуманитарных ценностей) умения оперативно ориентироваться в последних тенденциях медиаотрасли и инновационных разработках в сфере масс-медиа, включая понимание процессов конвергенции.

Из этого следует вывод о том, что принципы работы «универсального журналиста» выстраиваются согласно протекающим в медиаиндустрии качественным преобразованиям. Помимо традиционных навыков работы с информацией особую роль играет умение создавать особый продукт в таких форматах, которые максимально подходят для освещения конкретного информационного повода. Использование различных технологий позволяет увязывать все СМИ воедино, увеличивая, таким образом, их потенциал для более качественной и оперативной передачи контента.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. № 5. С. 11–14.
2. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Москва, 2003.
3. Рэндалл Д. Универсальный журналист. Москва, 1996.
4. Jenkins H. Convergence? I divergence. 2001 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence-i-diverge/> (дата обращения: 01.02.2015).